

RESUMEN EJECUTIVO

EQUIPO

Cabrera Roldán, Carmen

Chahboun, Nizar

Cuevas Pons, Miriam

Harana Suano, Estefanía

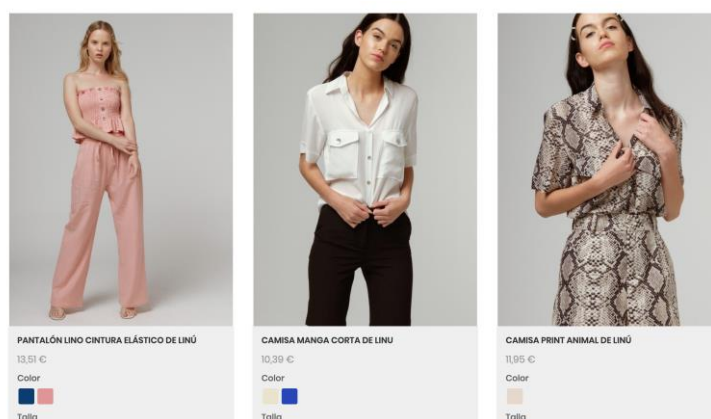
TUTOR

Eduardo Cambil

1.- RESUMEN EJECUTIVO

TrendyBox es un personal shopper online, que se basa en deleitar a nuestros clientes convirtiendo sus gustos en moda en una sorpresa que llegará a sus casas en forma de caja. Para preparar esta sorpresa, nuestro equipo se encargará de seleccionar minuciosamente los looks que recibirán nuestros trendiers, que es como queremos que se identifiquen nuestros clientes.

Queremos acercarnos al cliente, conocerle de cerca y facilitarle los looks que más se asemeje a sus preferencias, sin la necesidad de tener que ir a adquirirlas fuera de casa. Pero nos gustaría resaltar algo esencial en TrendyBox: ilusionar y hacerles felices, esa es la misión principal de nuestro producto. No somos sólo moda, sino que buscamos que reciba su TrendyBox con ilusión y, para ello, queremos mantener la sorpresa del contenido del Look hasta el final, para provoca que cuando pida su TrendyBox tenga ese entusiasmo y ganas de recibirla.



Plan de marketing

En el plan de marketing se tiene muy presente el valor añadido que se aprecia en este modelo de negocio transformado en una experiencia del consumidor, ya que se seleccionan cuidadosamente las prendas perfectas para el cliente gracias a un personal shopper online, se elabora el pedido minuciosamente. Para el 82'3% de nuestros clientes es importante estos consejos o sugerencias de especialistas y allegados.

Además, es vital para nuestros usuarios la rapidez y eficacia a la hora de satisfacer sus necesidades al adquirir cualquier producto, es por lo que se presta especial atención a los plazos de entrega, que se encuentran prefijados. A parte de la rápida entrega de pedidos, atendemos a la comodidad de probarse outfit en el domicilio. Para perfeccionar nuestros envíos hemos desarrollado un algoritmo de clientes que coge la información de nuestro algoritmo captador de gustos:

¿Cómo?

Déjanos conocerte!

Entra a solo un paso de ser un Trendler

¿Esigues?

Nombre y apellidos *

Tu respuesta

Email *

Tu respuesta

Número de teléfono *

Tu respuesta

CRM

Algoritmo captador de gustos

Look 2

Look 6

Look 1

Look 4

Con vistas al desarrollo empresarial se llevan a cabo alianzas con proveedores como Celop y SheIn a corto plazo; a largo plazo se producirán sinergias entre marcas en expansión como Noon y Laagam, incluso se prevé diversificar, adentrándonos en el segmento infantil de la mano de Nonabox, que ofrece productos para recién nacidos.

Our Partners

C.L.P.

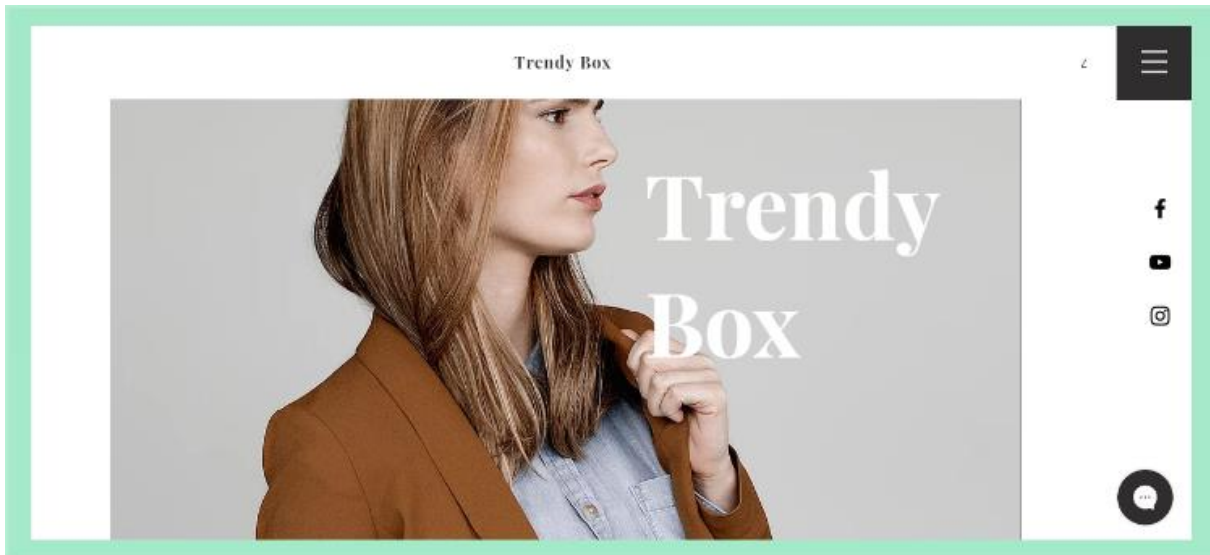
SheIn
She In Shine Out

noon

laagam

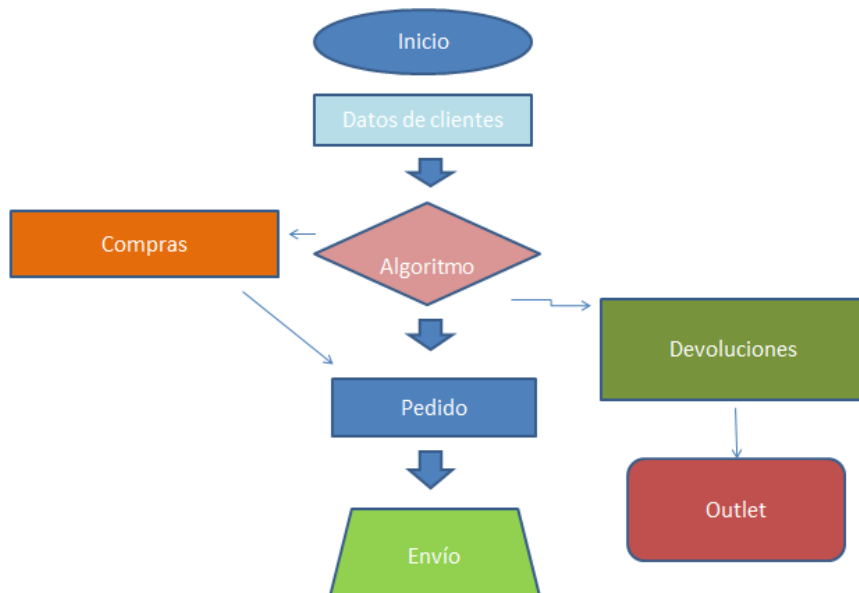
RECIBE CADA MES LOS MEJORES PRODUCTOS DESDE EL EMBARAZO HASTA LOS 2 AÑOS DEL BEBÉ

Como medios publicitarios, en un primer momento negociamos con instagramers y youtubers como María Pombo o Dulceida, quienes explican virtualmente sus experiencias Trendy a nuestro público objetivo. Posteriormente lanzamos el canal “Unbox with Trendy” donde interactuamos directamente con el cliente, mejorando su experiencia. Contamos además con una página web corporativa, una app para dispositivos móviles y tenemos presencia en diversas redes sociales y profesionales. Nuestro cliente llega a nosotros a través de nuestra página web, la cual vemos a continuación:



Plan de operaciones

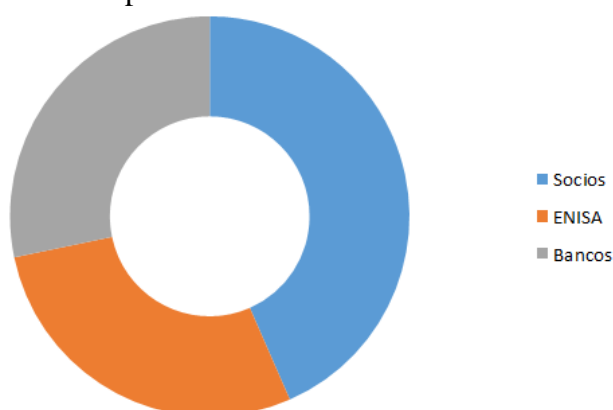
Trendy Box realiza cuatro actividades para su actividad. Entre ellas encontramos, el proceso de venta al consumidor final, el proceso de compras a proveedores, el proceso de devolución de las prendas que no se ajusten a los gustos de los clientes y, por último, el proceso del outlet, lugar donde se destinarán las prendas devueltas siempre y cuando se encuentren en perfecto estado, que, tras un reacondicionamiento, se procede a la venta en una plataforma online. Estas actividades quedan resumidas en el siguiente organigrama de procesos y en el documento principal se detallan todos y cada uno de estos procesos por separado:



Plan financiero

En el plan financiero encontraremos el esfuerzo financiero que supone para Trendy Box comenzar la actividad como Start-Up.

Con respecto a la financiación, para poner en marcha Trendy Box, necesitaremos un total de 178.000€ que serán aportados en un 40% por los socios y el 60% restante se conseguirá a partes iguales gracias al banco y el fondo ENISA, el cual aplica un tipo de interés de Euribor + 3,25% en el primer tramo.

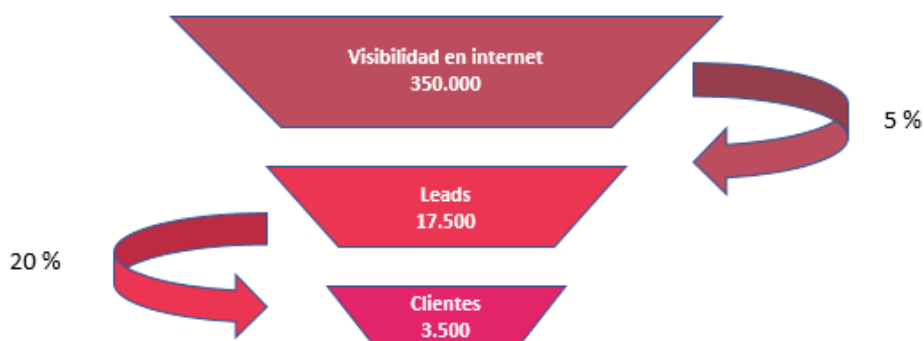


Si hablamos de inversión, los activos en los que invertiremos para el comienzo de la actividad (120.000€) serán dos planchas (1.000€), la licencia de Navision como ERP y el algoritmo de AI que nos ayuda a elaborar los outfit según las preferencias de las clientas (103.500€) y lo más importante, nuestra página web a través de la cual se producirán las ventas a nuestros Trendiers y da soporte al canal “Unbox with Trendy” (15.500€). El resto de ejercicios económicos se destina inversión para mantenimiento, principalmente.

Los ingresos de Trendy Box se producirán a través de dos líneas de negocio, la página Trendy Box oficial y el outlet a través del cual daremos salida a aquellos ítems que no hayan podido ser vendidos por nuestra actividad principal. Dentro de la contabilidad analítica hemos subdividido nuestros productos en cuatro categorías. De cada una de las modalidades de ventas y la suscripción, Trendy Box irá ingresando los siguientes beneficios a lo largo de los cinco años:

Ingresos					
Años	2019	2020	2021	2022	2023
Suscripciones	46.888	39.277	57.636	72.981	75.853
Azucena	72.188	135.016	198.122	250.872	260.744
Peonía	58.333	109.104	160.099	202.725	210.702
Amapola	21.875	40.914	60.037	76.022	79.013
Lirio	70.000	130.925	192.119	243.270	252.843
Outlet	12.578	23.525	34.521	43.713	45.433

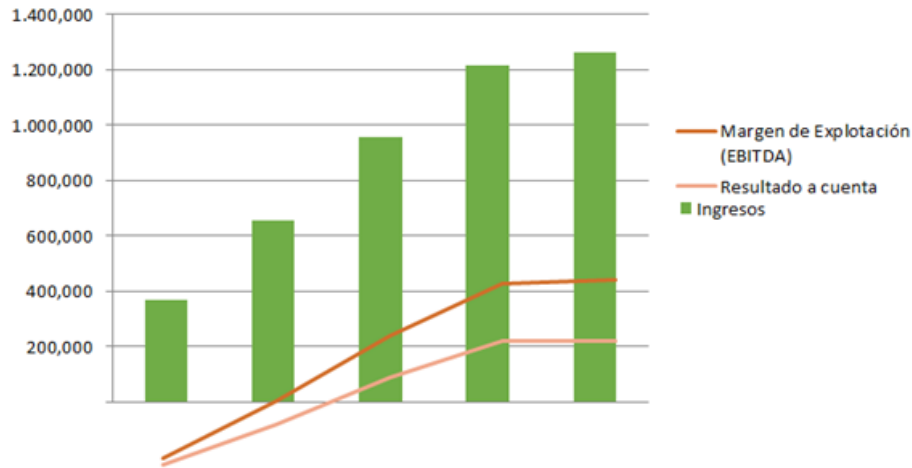
Con el funnel de ventas obtendremos unos 3.500 clientes gracias a la inversión en publicidad de 65.000€, en dicho embudo de conversión se puede ver que de 350.000 personas que ven nuestra página web, unas 17.500 acceden a la misma, convirtiéndose en clientes finales un 20%.



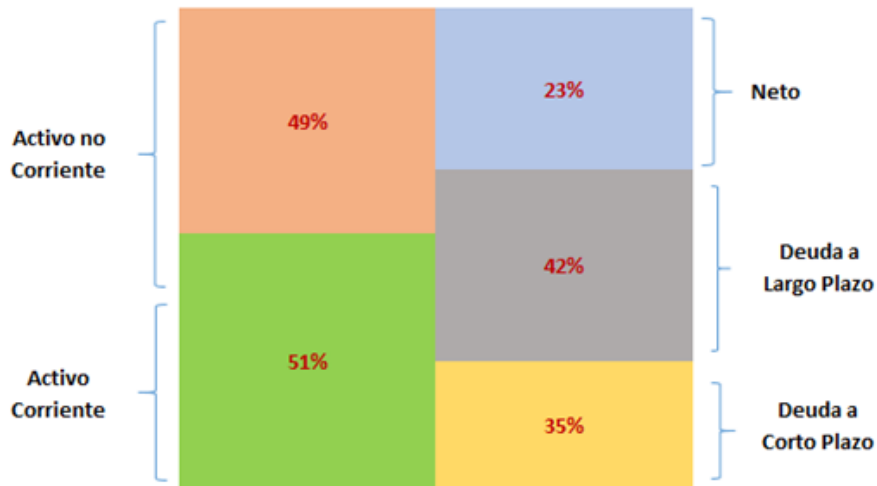
A lo largo de los años y en función de las ventas, los gastos para nuestra empresa se irán incrementado. En los primeros años de actividad estos incrementos en ventas serán superiores que en los dos últimos años en los que se moderará la actividad, como vemos en la tabla siguiente:

Gastos					
	2019	2020	2021	2022	2023
Aprovisionamientos (CV)	273.607,50	232.566,38	123.123,38	68.401,88	6.840,19
Cajas	1.432,50	1.217,63	644,63	358,13	35,81
Ropa	253.075,00	215.113,75	113.883,75	63.268,75	6.326,88
Envíos	19.100,00	16.235,00	8.595,00	4.775,00	477,50
Costes Fijos	225.000,00	250.000,00	275.000,00	300.000,00	325.000,00
Sueldos y Salarios	72.000,00	80.000,00	88.000,00	96.000,00	104.000,00
Servidores de red	68.000,00	75.555,56	83.111,11	90.666,67	98.222,22
Alquiler nave	20.000,00	22.222,22	24.444,44	26.666,67	28.888,89
Publicidad	65.000,00	72.222,22	79.444,44	86.666,67	93.888,89

El primer año al ser una start-up, nuestra empresa tendrá un EBITDA y un resultado a cuenta negativos, pero aumentan en proporción a nuestras ventas y a la fidelización de clientes, como se muestra a continuación:



Si queremos observar gráficamente la imagen fiel de nuestra empresa, podemos afirmar que es bastante compensada, Trendy Box tiene activos suficientes para hacer frente a sus obligaciones de pago:



Plan de recursos humanos

Ahora vamos a definir un poco nuestra estructura organizativa con la que ponemos en marcha Trendy Box. Para ello nos hemos basado en la formación, aptitudes y preferencias de cada uno de los socios fundadores.

Miriam será la encargada del marketing y ventas, debido a que siempre ha sido una interesada por el mundo del marketing online y como somos básicamente una tienda online ella es la persona indicada para cubrir esa área.

En el departamento de operaciones y logística, encontramos como persona al frente a Nizar que es nuestro ingeniero del equipo y posee una mente muy analítica lo que nos ha llevado a asignarle este puesto.

Como CEO y directora de finanzas y contabilidad, Carmen será la encargada al mando ya que siempre ha estado interesada en el control y la gestión.

Y finalmente, Estefanía nuestra jurista y apasionada por la gestión de personas y contratos dirigirá el departamento legal y de recursos humanos, por lo que será la encargada de aumentar la plantilla cada vez que Trendy Box crezca.

#BEATRENDIER

